



COMMUNIQUE DE PRESSE

Nexence et Atout Neuf ajoutent une dimension mobile et interactive au Plan de Paris édité par les Galeries Lafayette grâce au code barre 2D

Paris le 2 Avril 2009 - A l'occasion du lancement mondial du plan de Paris édité par les Galeries Lafayette et diffusé à 11 500 000 exemplaires ; Cinéaqua et le Centre des Monuments Nationaux ont joué la carte de la modernité. En effet, ces deux annonceurs sont les premiers à intégrer au Plan de Paris un code barre 2D capable d'être lu par des téléphones portables et dont les liens renvoient vers des sites web mobiles.

« Nous avons souhaité intégrer en 2009 l'utilisation des technologies mobiles sur nos supports de communication. Cette campagne de marketing mobile est associée au lancement de notre site web mobile développé par Nexence. Elle constitue pour nous le moyen d'assurer et d'entretenir une mise en relation en temps réel avec chacun de nos clients potentiels français ou étrangers sur un support international de communication. Le code barre 2D intégré par Nexence constitue un lien entre nos publications offline et online. » Cinéaqua – Peggy PALMIERI - Directrice Commerciale et Marketing.

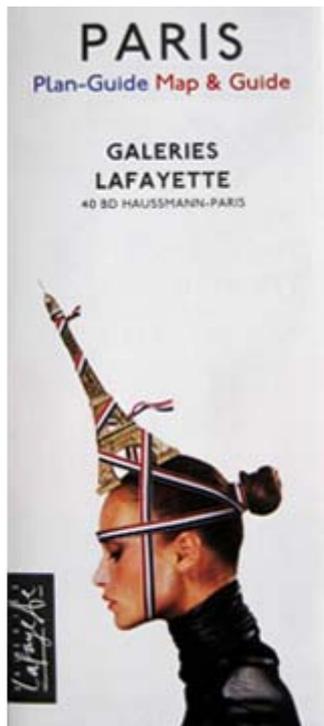
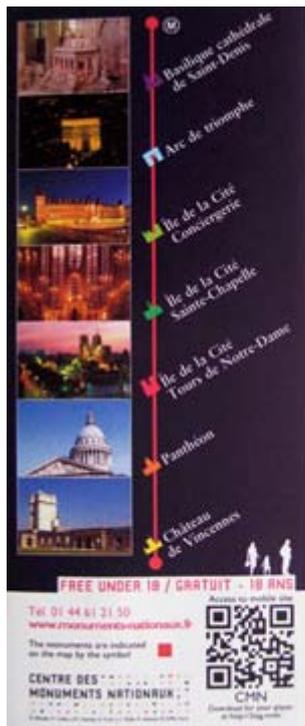
« Le Centre des monuments nationaux est un établissement public administratif placé sous la tutelle du ministre de la Culture et de la Communication. Il conserve, restaure, gère, anime, ouvre à la visite près de 100 monuments nationaux propriété de l'Etat. Annonceur historique dans le Plan des Galeries Lafayette, nous avons saisi l'opportunité de tester ce nouvel outil de communication. Cette technologie permet à nos visiteurs d'accéder immédiatement, sur leur téléphone portable, aux informations concernant les monuments nationaux de Paris et d'Île-de-France (horaires d'ouverture, actualités, ...). Nous espérons ainsi apporter un véritable service à notre public en l'aidant à préparer au mieux sa découverte de nos monuments. » Centre des monuments nationaux - Sophie Languillaume - Attachée d'études au Département Accueil et Développement

Nexence : Leader des solutions de marketing mobile

Nexence a piloté et réalisé l'ensemble de l'opération : définition du code barres, création du site web mobile, définition et mise à jour du contenu du site, analyse on line de la campagne. Pour cette campagne mondiale, la technologie retenue a été le QR Code pour sa lecture aisée et sa diffusion internationale. En effet, à ce jour il constitue le seul format permettant une réelle accessibilité aux touristes provenant des cinq continents. Ce plan distribué en France et à l'étranger sera présent dans les aéroports, hôtels et office de tourisme.

Au sein du Plan des Galeries Lafayette, les codes barres 2D ont été intégrés aux annonces du centre de loisirs Cinéaqua et au Centre des Monuments Nationaux. Deux sites web mobiles spécifiques ont été développés par Nexence lors de cette opération. Leur mise à jour sera réalisée par Nexence en fonction de l'actualité des annonceurs. Afin de mettre en place une gestion proactive de la campagne, TagManager plateforme de gestion de campagne, a été déployée par l'éditeur afin d'apporter une analyse en temps réel de l'opération. TagManager Analytics mesure en effet le trafic, l'audience et le suivi des campagnes m-mobiles.

Le plan en image :



A propos de Nexence

Nexence accompagne les entreprises dans l'univers du **mobile marketing**. Développement complet de site mobile multi-format et développement d'**application iPhone & Android**. Avec son offre de **Bluetooth marketing**, Nexence ajoute une touche d'écologie en considérant ce media comme de l'écodiffusion Opt-in (économique mais surtout écologique, zéro papier, zéro impression, 100% diffusion). Pour en savoir plus, visitez le site Web : www.nexence.com